

**PASARAYA SEBAGAI TEMPAT YANG POPULAR DIKALANGAN
MASYARAKAT MASAKINI**

1.	HAIDI BIN MOHD ALI	86951744
2.	MUSA BIN MOHD RAMLI	86952813
3.	MOHD. AMIN NAZAR BIN AB. AZIZ	86953212
4.	MUSTAFA BIN ABDUL MAJID	86952772
5.	ISMAIL BIN ABDUL WAHAB	86936891

Kertas kerja disediakan untuk Institut Teknologi MARA sebagai sebahagian daripada keperluan untuk mendapatkan Diploma Pengurusan dan Perniagaan.

KAJIAN LUAR KAMPUS
INSTITUT TEKNOLOGI MARA
NOVEMBER, 1990

PENGHARGAAN

Penyediaan sesuatu kertas kerja bukanlah tugas yang mudah yang boleh dilakukan dengan sendiri. Ia memerlukan bimbingan dan teguran dari mereka-mereka yang lebih berpengalaman dan arif dalam bidang ini.

Oleh yang demikian, kami ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam menyiapkan kertas kerja ini terutamanya Kepada Dr. Mohd Tahir Haji Abdul Hamid, selaku pensyarah dan penasihat yang telah membimbing dan memberikan tunjuk ajar tanpa mengira masa sepanjang kajian ini dijalankan.

Disamping itu, kami ingin merakamkan ribuan terima kasih Encik Sapuan Abdullah, Penolong Pengurus Besar, Bahagian Jualan Runcit, serta kakitangan-kakitangan Cold Storage. Akhir sekali kepada Cik Maida Nahujury, Puan Norliah Abdul Rahman dan Cik Noora'Insham Musa yang telah menyumbangkan tenaga serta penat lelah dalam proses menaip kertas kerja ini.

ABSTRAK

Kajian ini adalah mengenai "Pasaraya sebagai tempat yang popular dikalangan masyarakat masakini". Terdapat tiga objektif utama kajian ini dijalankan. Pertama adalah untuk meninjau bagaimana pengusaha-pengusaha berjaya menarik pelanggan dari semua golongan. Seterusnya kajian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa pengguna-pengguna lebih berminat datang ke Pasaraya dan akhir sekali adalah untuk mengenal pasti samada Pasaraya merupakan persaingan atau alternatif kepada kedai-kedai runcit yang sedia ada.

Kaedah methodologi yang digunakan dalam kajiselidik ini ialah dengan menggunakan borang soal kajiselidik melalui kaedah temuduga secara bersemuka, seterusnya pengamatan dan ulasan dari kajian-kajian yang lepas. Didalam kajian ini pensampelan yang digunakan ialah pensampelan tidak berkemungkinan iaitu pensampelan kuota yang mengandungi 200 responden yang mengikut bangsa Melayu, China, India dan lain-lain.

Ujian rintis telah dijalankan pada 28hb. Oktober 1990. Borang kajiselidik telah diperbaiki untuk kajian medan.

1.1 Latarbelakang Kajian

Peruncitan di Malaysia biasanya dikaitkan dengan pasar malam, pasar tani, pasar minggu dan gerai-gerai di tepi jalan. Peruncitan hanya muncul di akhir abad kesembilan belas selepas ketibaan British. Pasaraya di Malaysia pula masih belum berkembang dengan pesatnya berbanding dengan negara-negara barat. Kebanyakan pasaraya ini dibiayai oleh teknologi dan modal asing seperti dari negara Jepun.

Pada masa dahulu kebanyakan pengguna-pengguna bergantung kepada pasar dan kedai-kedai runcit untuk mendapatkan barangan keperluan mereka. Keadaan ini telah berubah dan pada masa kini pengguna-pengguna telah berkunjung ke pasaraya-pasaraya kerana layanan yang memuaskan, lokasi yang baik dan keperluan-keperluan harian senang didapati.

Dengan adanya pasaraya, pengguna-pengguna kini ada satu tempat untuk membeli-belah dan disamping itu membuka satu lagi peluang untuk pengusaha-pengusaha mengembangkan perniagaan mereka.

Tujuan kajian ini adalah untuk mengkaji sejauh manakah pasaraya begitu popular di kalangan masyarakat dan adakah ia merupakan saingan atau alternatif kepada kedai-kedai runcit yang sedia ada.

1.2 Objektif

1.2.1 Untuk meninjau bagaimana pengusaha-pengusaha berjaya menarik pelanggan dari semua golongan.

1.2.2 Kenapakah pengguna-pengguna lebih berminat membeli-belah di pasaraya.

1.2.3 Untuk mengenal pasti samada pasaraya merupakan persaingan atau alternatif kepada kedai-kedai runcit yang sedia ada.

1.3 Andaian-andaian

1.3.1 Pasaraya hanya berjaya menarik pelanggan daripada kaum tertentu sahaja.

1.3.2 Pelanggan yang mengunjungi pasaraya bukanlah pelanggan tetap tetapi hanya untuk bersiar-siar sambil melihat-lihat.

1.3.3 Daya tarikan pasaraya terletak kepada popularitinya.

1.3.4 Populariti pasaraya adalah bermusim dan tidak sepanjang masa.

1.4 Kepentingan Kajian

1.4.1 Kepada Pelajar-pelajar

Kajiselidik ini memberi faedah kepada pelajar-pelajar tentang cara-cara memperolehi maklumat dan menambahkan pengetahuan bagaimana pasaraya beroperasi untuk mendapatkan keuntungan.